

# BADANIA CUSTOMER JOURNEY

Case study DIY

Inquiry, 2016

inquiry



## Założenia projektu

|                            |  |
|----------------------------|--|
| <b>Klient</b>              | Sklep budowlano-dekoracyjny (DIY)  |
| <b>Cel badania</b>         | Poznanie procesu decyzyjnego podczas zakupów związanych z remontem (malowanie)   |
| <b>Wielkość próby</b>      | 20 osób  |
| <b>Kryteria rekrutacji</b> | Osoby, które planowały pomalowanie we własnym zakresie kuchni, sypialni lub łazienki w ciągu najbliższych 4 tygodni oraz posiadały telefon z dostępem do internetu |
| <b>Metodologia</b>         | Mobilna etnografia (w oparciu o aplikację mobilną) połączona z wizytami w sklepie DIY oraz w domach respondentów   |

## Zadanie nr 1:

### Wprowadzenie

- ✓ Uczestnicy zostali poproszeni o przedstawienie siebie i zaprezentowanie mieszkania/domu, w którym mieszkają.
- ✓ Uczestnicy zostali również poproszeni o opisanie ich planów remontowych i pokazanie źródeł inspiracji.

*Wioletta jest matką dwójki dzieci. Mieszka z rodziną w bloku w 2-pokojowym mieszkaniu. Planuje odświeżyć pokój córki. Myśli o różowych ścianach. Pomysł zaczerpnęła z książki o urządzeniu wnętrz.*



Zadanie nr 2:

Zakupy

- ✓ Uczestnicy zostali poproszeni o udokumentowanie ich wizyt/y w sklepie i pokazanie paragonu z dokonanych zakupów.



*Wiesław pokazuje swoją listę zakupów i komentuje podjęte decyzje związane z zakupami:*

<https://youtu.be/6NFR5xvrI48>

## Zadanie nr 3: Przygotowania

- ✓ Uczestnicy zostali poproszeni o zrelacjonowanie przygotowań przed przystąpieniem do prac remontowych i pokazanie narzędzi stosowanych podczas procesu malowania oraz skomentowanie podjętych decyzji.



*U Magdaleny cała rodzina pomagała przygotować kuchnię do malowania.*

Zadanie nr 4:

Malowanie

- ✓ Uczestnicy zostali poproszeni o udokumentowanie procesu malowania i opisanie wszelkich trudności, z którymi musieli się zmierzyć się w trakcie prac remontowych.

*Ze względu na niewielkie rozmiary łazienki, Wiesława musiała stanąć na wannie podczas malowania sufitu, co było dużym utrudnieniem:*

<https://youtu.be/DTxnu3vJ0sg>



Zadanie nr 4:

Sprzątanie

- ✓ Sprzątanie oceniono jako najmniej przyjemną częśći remontu. Mimo to otrzymaliśmy kilka zdjęć:

*Łazienka Michała jest biała, więc bardzo ważne było dla niego, aby nie pozostawić plam po malowaniu, które zniweczyłyby efekt „czystości”, który tak bardzo lubi.*



Zadanie nr 5:

Efekt końcowy

- ✓ Większość uczestników była bardzo dumna, że przeprowadziła remont samodzielnie i zadeklarowała, że następny też zrobią we własnym zakresie. Oto efekty ich pracy:



*Biała  
łazienka  
Michała*



*Różowy pokój  
dla córki  
Wioletty*



Ostateczny efekt projektu:

zebranie doświadczeń klientów związanych z zakupami i remontem

Przygotowaliśmy szczegółowe monografie o każdym z uczestników, w których podkreślono obszary wymagające poprawy. Opracowania zawierały:

- ✓ pomysły na rozwój nowych produktów,
- ✓ wskazówki ulepszeń w układzie sklepu i asortymencie,
- ✓ nowe spojrzenie na obsługę klienta,
- ✓ zalecenia dotyczące zmian w zawartości stron internetowych sklepu (np. tutoriale),
- ✓ pomysły na poprawę komunikacji w każdym punkcie styku klienta z marką.

Na zakończenie projektu Zleceniodawca zorganizował całodniowe warsztaty, podczas których cały zespół mógł omówić remont domu z punktu widzenia klienta.



# AGNIESZKA GÓRNICKA

Prezes zarządu

telefon +48 601 406 624

e-mail [a.gornicka@inquiry.com.pl](mailto:a.gornicka@inquiry.com.pl)

web [www.inquiry.com.pl](http://www.inquiry.com.pl)

